

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliable) mengenai:

1. Hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
2. Hubungan antara kepercayaan dengan loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Alasan peneliti melakukan penelitian di Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta ini dikarenakan berdasarkan survey awal penelitian, di tempat penelitian tersebut peneliti menemukan cukup banyak Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga yang

menggunakan kartu seluler XL Prabayar yang bisa dijadikan sebagai koresponden penelitian. Selain itu, mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta sangat menerima tujuan peneliti untuk melakukan penelitian di tempat tersebut dan bersedia untuk membantu peneliti dalam proses pengumpulan data, sehingga dengan adanya kesediaan mahasiswa untuk membantu dalam proses pengumpulan data tersebut dapat memudahkan peneliti dalam melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan yaitu bulan Februari 2016 sampai bulan Mei 2016. Waktu yang dipilih dianggap sebagai waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian, pemilihan waktu tersebut didasarkan atas beberapa pertimbangan, pertama karena pada waktu tersebut peneliti sudah tidak memiliki kesibukan dalam kegiatan perkuliahan selain penelitian ini. Kemudian yang kedua, dikarenakan pada waktu tersebut perkuliahan efektif, sehingga responden bersedia meluangkan waktu untuk dilakukan penelitian. Dengan begitu, akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian ini.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian merupakan, “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”⁶⁹. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah “metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), peneliti melakukan pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes dan wawancara terstruktur”⁷⁰.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer untuk masing-masing variabel bebas dan variabel terikat yang berasal dari penyebaran angket (kuisoner). Angket ini merupakan suatu daftar pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subjek, baik secara individual atau kelompok, untuk mendapatkan informasi mengenai kualitas layanan dan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan kartu seluler XL Prabayar pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Adapun alasannya menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara tiga variabel yaitu

⁶⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), p.3

⁷⁰*Ibid*, p.12.

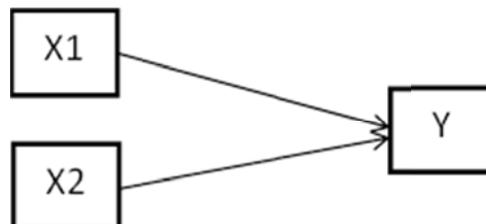
variabel bebas (kualitas layanan) dan (kepercayaan pelanggan) sebagai variabel yang mempengaruhi dan diberi simbol X_1 dan X_2 , dengan variabel terikat (loyalitas pelanggan) sebagai variabel yang dipengaruhi dan diberi simbol Y .

2. Konstelasi Hubungan antara Variabel

Berdasarkan dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan (X_1) dengan loyalitas pelanggan (Y).
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan (X_2) dengan loyalitas pelanggan (Y).

Hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam konstelasi sebagai berikut:



Gambar III.1

Keterangan:

X_1 : Kualitas Layanan

X_2 : Kepercayaan Pelanggan

Y : Loyalitas Pelanggan

—————> : Arah Hubungan

D. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁷¹. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

2. Sampel

Sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁷². Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu⁷³. Teknik ini digunakan dengan pertimbangan bahwa seluruh anggota populasi dalam penelitian ini tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel penelitian. Oleh karena itu, anggota sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu pelanggan dari kartu seluler XL Prabayar dengan jangka waktu penggunaan minimal 6 bulan, minimal telah melakukan pengisian ulang sebanyak 10 kali dan pernah datang ke gallery XL. Sedangkan untuk jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini sebanyak 59 mahasiswa.⁷⁴

⁷¹*Ibid*, p. 117.

⁷²*Ibid*

⁷³*ibid*, p. 71

⁷⁴*Ibid*, p. 128

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Loyalitas Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Loyalitas pelanggan adalah wujud perilaku dan sikap positif terhadap perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dengan melakukan pembelian barang/jasa secara terus menerus dari perusahaan yang telah dipilih. Lebih dari itu pelanggan yang loyal akan merekomendasikan produk tsb kepada orang lain dan memiliki kekebalan terhadap produk sejenis dari pesaing.

b. Definisi Operasional

Loyalitas pelanggan dapat diukur dengan empat indikator. indikator pertama yaitu merekomendasikan produk kepada orang lain, indikator kedua yaitu membeli diluar lini produk/jasa. indikator ketiga yaitu menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk-produk sejenis dari pesaing. Indikator keempat yaitu komitmen yang kuat terhadap produk atau jasa.

c. Kisi-Kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Kisi-kisi instrumen penelitian loyalitas pelanggan yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur dan memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator variabel loyalitas pelanggan dengan menggunakan angket atau kuesioner yang diukur dengan skala *Likert*, terdiri dari lima alternatif jawaban, rentangan nilai 5-1 untuk pernyataan positif dan rentangan 1-5

untuk pernyataan negatif. Kisi-kisi instrumen kualitas layanan ini dapat dilihat pada Tabel III.1.

TABEL 111.1

Kisi-Kisi Instrumen Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No.Butir Valid		No.Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Merekomendasikan produk lain	1, 7, 15, 16, 26	6	6, 16	1, 7, 15, 26	-	1, 6, 13, 22	
Membeli diluar lini produk/jasa	2, 17	8	18	2, 17		2, 14	
Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	3,4,5, 9, 18, 19, 20	10		3,4,5, 9, 18, 19, 20	10	3, 4, 5, 7, 15, 16, 17	8
Komitmen yang kuat terhadap produk atau jasa.	11, 13, 14, 21,23, 24, 25	22, 12	22	11, 13, 14, 21,23, 24, 25	12	9, 11, 12, 18, 19, 20, 21	10

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model skala *Likert*, telah disediakan 5 alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel III.2

Tabel III.2

Skala Penilaian untuk Loyalitas Pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-ragu (RR)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Proses pengembangan instrumen loyalitas pelanggan dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel loyalitas pelanggan seperti terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur dimensi dan indikator dari variabel loyalitas pelanggan. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi sebanyak 30 orang responden yang memenuhi kriteria penelitian dan berada diluar populasi penelitian.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data instrumen uji coba validitas butir dengan menggunakan rumus koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{75}$$

⁷⁵ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta : Grasindo, 2008),p.86.

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*.

Selanjutnya, dihitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji realibilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{76}$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

⁷⁶*ibid.*, p. 89.

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$St^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 77$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Yi^2$ = Jumlah kuadrat data Y

Berdasarkan rumus di atas reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid dihitung sehingga didapat jumlah varians total ($\sum Si^2$) adalah 59,359 dan r_{ii} sebesar 0,902. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur loyalitas pelanggan.

⁷⁷*Ibid.*, p. 310.

2. Kualitas layanan

a. Definisi Konseptual

Kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan dan diterima oleh pelanggan dengan layanan yang diharapkan, kemudian kualitas layanan juga merupakan tingkat keunggulan yang diberikan kepada pelanggan dengan menitikbertakan pada pemenuhan harapan dan kebutuhan.

b. Definisi Operasional

Kualitas layanan dapat diukur dengan lima dimensi. Dimensi pertama yaitu keandalan (*reliability*) dengan indikator pertama yaitu Ketepatan pelayanan, indikator kedua yaitu kemampuan memberikan layanan yang memuaskan, indikator ketiga yaitu kesesuaian pelayanan. Dimensi kedua yaitu daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator pertama yaitu kecepatan merespon saran dan indikator kedua yaitu kecepatan mengatasi keluhan pelanggan. Dimensi ketiga dari kualitas layanan yaitu jaminan (*assurance*) dengan indikator pertama yaitu keamanan. Lalu indikator kedua yaitu kompetensi dan indikator ketiga yaitu sopan-santun. Dimensi keempat yaitu empati dengan indikator pertama yaitu memberikan perhatian kepada pelanggan. Lalu, indikator kedua yaitu memahami kebutuhan konsumen. Dimensi kelima yaitu bukti-bukti fisik dengan indikator pertama yaitu fasilitas fisik gallery

XL, indikator kedua yaitu penampilan karyawan dan indikator ketiga yaitu kelengkapan peralatan.

c. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Layanan

Kisi-kisi instrumen penelitian kualitas layanan yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur dan memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator variabel kualitas layanan dengan menggunakan angket atau kuesioner yang diukur dengan skala *Likert*, terdiri dari lima alternatif jawaban, rentangan nilai 5-1 untuk pernyataan positif dan rentangan 1-5 untuk pernyataan negatif. Kisi-kisi instrumen kualitas layanan ini dapat dilihat pada Tabel III.3.

Tabel III.3

Kisi-Kisi Instrumen Variabel X (Kualitas Layanan)

Dimensi	Indikator	Sub. Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keandalan	Ketepatan pelayanan	1. Ketepatan <i>customer service</i> dalam menyelesaikan masalah 2. Memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa melakukan kesalahan 3. Memberikan informasi layanan terbaru kepada pelanggan.	1, 31	3	3	1, 31		1, 27	

	Kemampuan memberikan layanan yang memuaskan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan fasilitas jangkauan jaringan yang luas. 2. Sinyal tidak mengalami gangguan 3. Kecepatan dalam mengakses internet 	2, 32	33	33	2, 32	2, 28		
	Kesesuaian Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu pelayanan sesuai dengan jadwal yang diinformasikan. 2. Layanan <i>customer servicememberikan</i> informasi serta penjelasan yang lengkap tentang produk dan layanan seluler. 3. Kecepatan dalam memberikan pelayanan 	4, 34	36		4, 34	36	3, 29	31
Daya Tanggap	Kecepatan merespon saran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Staff layanan XL cepat dalam merespon keluhan yang dialami oleh pelanggan 2. Staff layanan selalu tersedia dalam jam-jam sibuk 	5, 35			5, 35	4, 30		
	Kecepatan mengatasi keluhan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cepat dalam memberikan solusi dari masalah yang dialami pelanggan. 2. Kerusakan jaringan/gangguan sinyal selalu 	6, 37			6, 37	5, 32		

		diperbaiki dengan cepat							
Jaminan	Keamanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat pelanggan terbebas dari resiko. 2. kontak personal dapat dipercaya untuk menghilangkan rasa keraguan konsumen. 	7,28	30	30	7,28		6,25	
	Kompetensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>customer service</i> memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan layanan jasa yang ditawarkan 2. Kemampuan berinteraksi dengan pelanggan 		8,29		8,29		7,26	
	Sopan-Santun	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Customer service</i> selalu bersikap sopan 2. Memberikan rasa hormat kepada para pelanggan 3. Bersikap ramah kepada semua pelanggan. 	9,10	13	13	9,10		8,9	
Empati	Memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendengarkan pelanggan dengan baik 2. Menjaga agar pelanggan mendapatkan informasi dengan bahasa yang dimengerti 3. Memastikan kebutuhan pelanggan sudah terpenuhi. 	11,27	14		11,27	14	10,24	12

	Memahami kebutuhan para pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan kemudahan dalam pengisian pulsa dengan berbagai cara 2. Memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menikmati fasilitas layanan 3. Memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam memperoleh informasi. 	12, 15, 24			12, 15, 24	11, 22, 13	
Bukti-Bukti Fisik	Fasilitas fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain interior gallery XL center menarik 2. Gallery XL center mudah dijangkau 3. Kondisi ruang tunggu rapi, bersih dan nyaman 4. Tempat parkir memadai 	25, 16, 38	26	26, 38	25, 16	14, 23	
	Penampilan karyawan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan karyawan menarik 2. Penampilan karyawan bersih dan rapi 3. Karyawan mengenakan seragam dengan ciri khas perusahaan. 	17, 18, 19			17, 18, 19	15, 16, 17	
	Kelengkapan peralatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedia mesin nomor antrian 2. Terdapat layar petunjuk nomor antrian 3. Tersedia alat komunikasi yang 	20, 21, 22, 23			20, 21, 22, 23	18, 19, 20, 21	

		<p>berguna untuk mempercepat proses pelayanan seperti telephone, mesin fax dan komputer.</p> <p>4. Tersedia formulir yang digunakan untuk mengetahui kelengkapan data pelanggan.</p>							
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model skala *Likert*, telah disediakan 5 alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel III. 4

Tabel III.4

Skala Penilaian untuk Kualitas Layanan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-ragu (RR)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

e. Validasi Instrumen Kualitas Layanan

Proses pengembangan instrumen kualitas layanan dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel kualitas layanan seperti terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas layanan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur dimensi dan indikator dari variabel kualitas layanan. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrument diuji cobakan kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi sebanyak 30 orang responden yang memenuhi kriteria penelitian dan berada diluar populasi penelitian.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data instrument uji coba validitas butir dengan menggunakan rumus koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{it} = \frac{\sum xixt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}} \quad 78$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari Xi

x_t = Deviasi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan,

⁷⁸ibid, p.86.

jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*.

Selanjutnya, dihitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji realibilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{79}$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$St^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{80}$$

⁷⁹*Ibid*, p.89

⁸⁰*Ibid*, p.310.

Dimana:

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Y_i^2$ = Jumlah kuadrat data Y

$\sum Y_i$ = Jumlah data

Berdasarkan rumus di atas reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid dihitung sehingga didapat jumlah varians total ($\sum S_i^2$) adalah 133,504 dan r_{ii} sebesar 0,955. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 32 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas layanan.

3. Kepercayaan Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Kepercayaan pelanggan merupakan bentuk keyakinan dan harapan pelanggan terhadap janji perusahaan yang terbentuk karena kejujuran, niat baik serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan para pelanggan. Yang pada akhirnya kepercayaan tersebut dapat mengokohkan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan.

b. Definisi Operasional

Kepercayaan pelanggan dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama yaitu keyakinan dengan indikator pertama yaitu yakin perusahaan dapat mewujudkan janjinya baik itu perkataan (lisan) maupun pernyataan yang berupa tulisan. indikator kedua yaitu keyakinan atas kualitas dan keterandalan jasa yang diterima. Dimensi kedua yaitu harapan dengan indikator pertama yaitu memberikan manfaat. indikator kedua yaitu tidak akan dirugikan. Dimensi ketiga yaitu *trusting belief* dengan indikator pertama yaitu *benevolence* (niat baik) dan indikator kedua yaitu *integrity* (kejujuran). Dimensi keempat yaitu *trusting intention* dengan indikator yaitu *willingness to depend* (kesediaan untuk bergantung).

c. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan Pelanggan

Kisi-kisi instrumen kepercayaan pelanggan yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan pelanggan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan pelanggan. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen kepercayaan pelanggan dapat dilihat pada tabel III.5

Tabel III.5

Kisi-Kisi Instrumen Variabel X (Kepercayaan Pelanggan)

Dimensi	Indikator	Sub. Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No.Butir Valid		No.Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keyakinan	Yakin perusahaan dapat mewujudkan janjinya baik itu perkataan (lisan) maupun pernyataan yang berupa tulisan.	1. yakin perusahaan akan memberlakukan tarif layanan seluler sesuai dengan yang dijanjikan 2. yakin perusahaan akan memberikan bonus sesuai yang dijanjikan 3. yakin perusahaan akan mewujudkan program layanan sesuai dengan yang dijanjikan	1, 2, 3, 4, 15, 16, 17	18, 5	18	1, 2, 3, 4, 15, 16, 17	5	1, 2, 3, 4, 15, 16, 17	5
	Keyakinan atas kualitas dan keterandalan jasa yang telah diterima.	1. Yakin kualitas sinyal akan stabil dimanapun berada 2. Yakin atas pengalaman XL Prabayar dalam menyediakan produk dengan layanan yang berkualitas 3. Yakin XL Prabayar dapat diandalkan dalam	6,7,20	19		6,7,20		6,7,19	18

		menjaga data pribadi pelanggan.							
Harapan	Memberi Manfaat	1. Tidak memboroskan 2. Memastikan pelanggan mudah dalam menggunakan layanan	8, 21					8, 20	
	Tidak akan dirugikan	1. Berharap tidak akan dirugikan dalam hal financial 2. Berharap perhitungan tarif tidak akan direkayasa	9,22					9, 21	
<i>Trusting Belief</i>	Benevolence (Perilaku baik)	1. Percaya bahwa perusahaan akan selalu berperilaku baik. 2. Yakin perusahaan akan mendahulukan kepentingan pelanggan.	10, 23	24	24	10, 23		10, 22	
	Integrity (Kejujuran)	1. Keyakinan akan kejujuran perusahaan 2. Keyakinan bahwa perusahaan akan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat.	11, 25 26	12				11, 23 24, 12	
<i>Trusting Intention</i>	<i>Willingness to depend</i> (Kesediaan untuk bergantung pada	1. Kesediaan menerima resiko jika sewaktu-waktu program layanan tidak berjalan secara	13, 14	27, 28	27	13, 14	28	13, 14	25

	perusahaan)	optimal. 2. Kesiediaan untuk menerima jika sewaktu-waktu jaringan XL mengalami gangguan. 3. kesediaan untuk memberikan informasi pribadi kepada perusahaan 4. Kesiediaan untuk mengikuti saran atau permintaan dari perusahaan.							
--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model skala *Likert*, telah disediakan 5 alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel III.6

TABEL III. 6

Skala Penilaian Instrumen Kepercayaan Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju(S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kepercayaan Pelanggan

Proses pengembangan instrumenkepercayaan pelanggan dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert yang mengacu pada

indikator-indikator variabel kepercayaan pelanggan seperti terlihat pada tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepercayaan pelanggan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur dimensi dan indikator dari variabel kepercayaan pelanggan sebagaimana tercantum pada tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi sebanyak 30 orang responden yang memenuhi kriteria penelitian dan berada diluar populasi penelitian.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data instrumen uji coba validitas butir dengan menggunakan rumus koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum t^2}} \quad 81$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

⁸¹ibid,p.86.

x_i = Deviasi skor butir dari Xi

x_t = Deviasi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{\text{tabel}} = 0,361$, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*.

Selanjutnya, dihitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji realibilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{82}$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

⁸²*Ibid.* p .89

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Yi^2$ = Jumlah kuadrat data Y

$\sum Yi$ = Jumlah data

Berdasarkan rumus di atas reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid dihitung sehingga didapat jumlah varians total ($\sum Si^2$) adalah 97,372 dan r_{ii} sebesar 0,908. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepercayaan pelanggan.

⁸³*ibid*, p. 310.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi dengan normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov* dan *Normal ProbabilityPot*⁸⁴.

Hipotesis penelitiannya adalah :

- 1) H_0 : data berdistribusi normal
- 2) H_a : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov*, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

⁸⁴Duwi Priyatno, *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik Dengan Statistik* (Yogyakarta, 2012), p. 60.

Sedangkan kriteria pengujian dengan analisis *Normal Probability Plot*, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan SPSS menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

Hipotesis penelitiannya adalah⁸⁵ :

1. H_0 : artinya data tidak linear
2. H_a : artinya data linear

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

1. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linear.
2. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linear.

⁸⁵*ibid*, p. 46.

2. Persamaan Regresi Linear Tunggal

Analisis regresi tunggal digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila satu atau lebih variabel independen dimanipulasi / dirubah – rubah atau dinaik-turunkan. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier tunggal dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a) Y = a + b_1X_1^{86}$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (Loyalitas Pelanggan)

X₁ = variabel bebas pertama (Kualitas Layanan)

a = konstanta (Nilai y apabila X₁X₂,...,X_n = 0)

b₁ = koefisien regresi variabel bebas pertama, X₁ (Kualitas Layanan)

$$b) Y = a + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (Loyalitas Pelanggan)

X₂ = variabel bebas kedua (Kepercayaan Pelanggan)

a = konstanta (Nilai y apabila X₁X₂,...,X_n = 0)

b₂ = koefisien regresi variabel bebas kedua, X₂ (Kepercayaan Pelanggan)

⁸⁶ Purwanto Suharyadi, *Statistika: Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* (Jakarta : Salemba Empat, 2011), p. 210.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial atau Individual

Uji signifikansi parsial atau individual digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pada regresi berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$, mungkin variabel X_1 sampai X_k secara bersama-sama berpengaruh nyata. Namun demikian, belum tentu secara individu atau parsial seluruh variabel dari X_1 sampai X_k berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Hipotesis penelitiannya:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0^{87}$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X_1, X_2, \dots, X_k), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y .

⁸⁷*Ibid*, p. 228.

Rumus koefisien determinasi adalah :

$$\text{a. } R^2 = \frac{n(a \cdot \sum Y + b_1 \cdot \sum YX_1) - (\sum Y)^2}{n \sum Y^2 - \sum (Y)^2} \quad 88$$

$$\text{b. } R^2 = \frac{n(a \cdot \sum Y + b_2 \cdot \sum YX_1) - (\sum Y)^2}{n \sum Y^2 - \sum (Y)^2} \quad 89$$

⁸⁸*ibid*, p. 217.

⁸⁹*ibid*, p. 217.